

**ANALISA POSISI PRODUK SUSU LANJUTAN "X"
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUKNYA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH

DEWI FADHILAH AGUSTIN

No. Pokok : 049735847

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2000

SKRIPSI

**ANALISIS POSISI PRODUK SUSU LANJUTAN 'X'
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUKNYA DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH:

DEWI FADHILAH AGUSTIN

NO. POKOK : 049735847

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Dra. Ec. Hj. INDRIANA WATI USMAN, M.Sc

TANGGAL 8-09-2000

KETUA JURUSAN


Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL 24-05-2000

ABSTRAKSI

Kesuksesan atau kegagalan penawaran produk dalam sebuah target pasar yang telah dipilih tergantung dari seberapa baiknya dia diposisikan dalam pasar tersebut. Jadi *positioning* berhubungan dengan kesesuaian penerimaan suatu penawaran produk dan target pasar. Supaya merek-merek itu berjaya ia harus dikenal dan harus merebut sepotong kapling dalam benak konsumen. *Positioning* penting dalam setiap keadaan, tetapi lebih istimewa dan sulit ketika merek-merek yang bersaing tampak sama dimata konsumen. Produk menjadi kelihatan beda karena konsumen menganggapnya berbeda, bukan karena barang itu sendiri beda.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui posisi dari merek-merek susu lanjutan berdasarkan atribut produknya menurut persepsi dari konsumen. Dengan demikian akan diketahui merek susu lanjutan manakah yang mempunyai posisi paling unggul. Dari survey pendahuluan terhadap konsumen diperoleh delapan atribut susu lanjutan (kandungan karbohidrat, protein, lemak, vitamin, mineral, DHA, kemudahan membeli dan harga) yang dijadikan sebagai dasar analisa posisi.

Dari hasil analisa ternyata susu lanjutan Chil Mil masih belum memiliki posisi yang unggul dibandingkan dengan para pesaingnya. Terutama untuk atribut-atribut yang menjadi prioritas utama responden dalam membeli susu lanjutan seperti kandungan DHA. Adapun urutan skala prioritas responden dalam membeli susu lanjutan adalah kandungan DHA (ranking 1), mineral (ranking 2), protein (ranking 3), vitamin (ranking 4), kemudahan membeli (ranking 5), kandungan karbohidrat (ranking 6), kandungan lemak (ranking 7) dan yang terakhir adalah atribut harga (ranking 8).

Untuk atribut kandungan DHA Chil Mil (40,6) masih dianggap belum unggul posisinya jika dibandingkan dengan Enfapro (44,3) dan Promil (43,6). Sedangkan untuk atribut kemudahan membeli Chil Mil (20,90) memiliki posisi yang unggul jika dibandingkan dengan Nutrilon Follow On (20,30) akan tetapi dibandingkan dengan Promil (21,0) dan Enfapro (21,30) masih belum unggul Chil Mil hanya memiliki posisi yang unggul dalam atribut harga (27,26), dibandingkan dengan *ideal brand* atribut harga (24,72) Chil Mil merupakan susu lanjutan yang nilainya paling mendekati.